

ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Міністерства освіти і науки,
молоді та спорту України
29 березня 2012 року №384
(у редакції наказу Міністерства
освіти і науки України
від 05 червня 2013 року №683)

Форма № Н – 3.03

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА

ПРОГРАМА НОРМАТИВНОЇ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА»

підготовки бакалавр

галузь 0305 «Економіка та підприємництво»

напрямок підготовки 6.030504 «Економіка підприємства»

(Шифр за ОПП ПП 3.7.1)

Харків
ХНУМГ
2014 рік

РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО:

Харківським національним університетом міського господарства
імені О. М. Бекетова

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:

к.е.н., доц. А. В. Ковалевська

Обговорено та рекомендовано до видання Вченою радою університету, як тимчасово діюче до затвердження Президією Науково-методичної комісії зі спеціальності 7.03050401 «Економіка підприємства (за видами економічної діяльності)».

Протокол № 10 від «31» травня 2013 року.

ВСТУП

Програма вивчення нормативної навчальної дисципліни «СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалавра напрямку підготовки 6.030504 «Економіка підприємства».

Сучасна глобалізована ринкова економіка формує нові вимоги до підприємства. Вони обумовлюються наявністю жорсткої конкуренції та необхідністю гнучко реагувати на неоднозначні зміни ситуації на ринках і в галузях діяльності підприємств. При цьому успіх підприємства залежатиме від здатності адаптуватися до змін в середовищі їх діяльності: передбачати і змінювати структуру бізнесу, розробляти і впроваджувати у виробництво нові види продукції, правильно визначати напрямки інвестицій за різними видами діяльності тощо, щоб досягти успіху і забезпечити процвітання підприємства у перспективі. А це, власне, і є проблематикою стратегії підприємства.

Міждисциплінарні зв'язки:

економіка підприємства,
мікроекономіка,
маркетинг,
потенціал і розвиток підприємства.

Програма навчальної дисципліни складається з таких змістовних модулів:

1. Стратегія підприємства: сутність, передумови виникнення, сучасне розуміння та стратегічний контекст підприємства.
2. Стратегічний аналіз підприємства.
3. Стратегії діяльності та розвитку підприємства.
4. Стратегічні альтернативи підприємства, методики їх формування, оцінки та відбору.

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

1.1. Мета і завдання дисципліни:

Основною метою вивчення дисципліни «Стратегія підприємства» є засвоєння студентами теоретичних засад стратегічного планування, оволодіння навичками та інструментарієм стратегічного аналізу, методами і підходами формування стратегій підприємства.

Метою вивчення дисципліни «Стратегія підприємства» є формування знань про сутність стратегій підприємства, їх класифікаційні ознаки і спрямованість в вирішенні довготривалих завдань підприємства, принципи побудови та методи формування стратегій підприємства і розробки

стратегічних альтернатив; також надбання практичних навичок та вмінь щодо методології формування стратегії підприємства.

Особливістю вивчення даної дисципліни є те, що теорія стратегічного аналізу і управління формується на основі узагальнення досвіду та практики успішного вирішення стратегічних задач, однак не дає уніфікованих однозначних відповідей та рецептів. Отже, вивчення теорії є ознайомленням з інструментами стратегії підприємства і стратегічного менеджменту за допомогою яких можна досягти успіху. Оволодіння теоретично-методичними аспектами стратегічного інструментарію дає уяву про аналітичні процеси, методи, способи, прийоми, процедури та їхні комбінації, що допомагають досягти ефективних результатів. Практичні навички студента мають проявлятися в умінні обирати, обґрунтовувати та реалізовувати стратегічні інструменти в залежності від конкретної ситуації, що в більшому ступені є творчим процесом.

Основною задачею викладання дисципліни є забезпечення студентів економічними знаннями, що сприяють комплексному розумінню процесів, що відбуваються в Україні, що впливають на діяльність вітчизняних підприємств, що допомагає підготовці студентів до майбутньої самостійної діяльності. Таким чином, вивчення даної дисципліни формує в майбутніх фахівців систему поглядів і знань, що згодом допоможуть їм у вивченні різних економічних процесів. Основними завданнями, що будуть вирішені у процесі викладання дисципліни, є теоретична та практична підготовка бакалавра з наступних питань:

- сутність стратегії підприємства, формування основ стратегічного уявлення та мислення;
- формулювання місії та дерева цілей підприємства;
- проведення оцінки стратегічного аналізу підприємства;
- основні стратегії бізнесу, їхня характеристика та рівні;
- методи та інструменти формування і обґрунтування корпоративної стратегії підприємства.
- розробка стратегічних альтернатив та їх декомпонування;
- загальна характеристика та основи вибору функціональних стратегій підприємства.
- сучасний стан і перспективи розвитку стратегічного управління в Україні.

Предметом вивчення дисципліни «Стратегія підприємства» є стратегічний процес на підприємстві.

1.2. У результаті вивчення дисципліни студенти мають:

знати:

- предмет дисципліни «Стратегія підприємства»;

- загальні поняття та підходи до формування стратегії підприємства;
- основні правила формування стратегій підприємства та проведення стратегічного аналізу;
- критерії класифікації стратегії підприємства та обґрунтування вибору певної стратегії;
- питання управління стратегічною діяльністю підприємства.

вміти:

- правильно застосовувати різноманітні методи аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства;
- використовувати методи та моделі для обґрунтування стратегії підприємства на певному рівні управління;
- формувати систему цілей та критеріїв оцінки їх досягнення для забезпечення розвитку підприємства;
- обґрунтовувати найбільш сприятливі напрямки здійснення стратегічної діяльності підприємства.

2. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Змістовний модуль 1. Стратегія підприємства: сутність, передумови виникнення, сучасне розуміння та стратегічний контекст підприємства.

Тема 1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція, концепції.

Ретроспектива поняття «стратегія», походження і зміст категорії. Сутність терміну «стратегія» - підходи та моделі щодо визначення категорії. Основні елементи узгодження стратегії із діями підприємства. Філософська і організаційно-управлінська сутність стратегії підприємства; стратегія як результат; стратегія як процес; стратегія як засіб; аспекти стратегії підприємства; комплексність стратегії; загальні концепції трактування стратегії підприємства. Стратегічне бачення і стратегія підприємства.

Тема 2. Стратегічний контекст підприємства.

Основні аспекти стратегічного контексту підприємства – стратегічність діяльності та розвитку підприємства; аспекти стратегічного контексту підприємства; фактори оточення і розвитку підприємства; суть стратегічної реакції підприємства. Стратегічний успіх та ключові фактори успіху. Стратегічний набір та стратегічна прогалина. Взаємозв'язок елементів стратегічного набору підприємства; відображення стратегічного аспекту діяльності підприємства; принципи формування стратегії підприємства

Тема 3. Визначення місії та цілей підприємства.

Місія і кредо підприємницької організації; місія і стратегічне бачення; зміст місії підприємства. Основні елементи місії підприємства та принципи її формулювання. Формулювання мети та визначення завдань підприємства – аспекти мети; встановлення загальної (головної) мети організації; деталізація

мети; склад мети; система цілей підприємства. Механізм вироблення системи цілей підприємства.

Змістовний модуль 2. Стратегічний аналіз підприємства.

Тема 4. Оцінювання зовнішнього середовища підприємства.

Необхідність аналізу та оцінки середовища підприємства; оточення функціонування підприємства; види оточення. Зовнішнє оточення підприємства і його характеристика. Методологія аналізу зовнішнього середовища підприємства – проблематика, етапи, процедури зовнішнього аналізу; стратегічне позиціонування фірми в зовнішньому середовищі; поняття стратегічної зони господарювання; проблема виділення сегменту оточення підприємства. Позиції зовнішнього аналізу та стратегічне позиціонування підприємства.

Тема 5. Аналіз стратегічного потенціалу підприємства.

Внутрішнє середовище підприємства в стратегічному контексті та його структуризація. Склад потенціалу підприємства; підходи до аналізу потенціалу підприємства. Методика і рівні оцінки стратегічного потенціалу підприємства; конкурентний статус підприємства; підходи та методики до визначення (оцінки) конкурентного статусу підприємства. Побудова профілю здібностей підприємства. Метод комплексного стратегічного аналізу середовища підприємства.

Змістовний модуль 3. Стратегії діяльності та розвитку підприємства.

Тема 6. Стратегії бізнесу підприємства.

Поняття, призначення і зміст стратегій бізнесу підприємства та порядок їх формування. Підходи до формування стратегії окремої бізнес-одиниці. Основні організаційні рівні побудови стратегій підприємства. Піраміда базових стратегій підприємства. Класифікації стратегій бізнесу підприємства та характеристика основних стратегій.

Тема 7. Стратегії диверсифікації діяльності підприємства.

Поняття диверсифікації діяльності підприємства – аспекти (напрямки) диверсифікації; цілі диверсифікації; доцільність і можливість диверсифікації діяльності підприємства. Види диверсифікації діяльності підприємства – концентрична; горизонтальна; конгломеративна; вертикальна. Стратегії диверсифікації діяльності підприємства. Управління диверсифікованими підприємствами.

Тема 8. Стратегії зовнішнього розвитку підприємства.

Типи розвитку підприємства; характеристика зовнішнього розвитку підприємства. Сутність, мета та види інтеграції – зворотна і пряма вертикальна інтеграція; горизонтальна інтеграція; діагональна інтеграція. Стратегії

інтеграції та їх характеристика. Порядок (алгоритм) формування стратегії зовнішнього розвитку підприємства.

Тема 9. Корпоративна стратегія підприємства.

Сутність і особливості корпоративних стратегій підприємства. Складові корпоративної стратегії; складові стратегічного набору. Принципи формування корпоративних стратегій підприємства. Базові корпоративні стратегії підприємства – стратегії стабілізації; стратегії виживання; стратегії зростання; стратегії скорочення; стратегії ліквідації; комбіновані стратегії. Портфельний аналіз як метод формування корпоративної стратегії. Форми ділового співробітництва підприємств.

Тема 10. Методи формування стратегії розвитку підприємства.

Загальна характеристика методів і методики розробки стратегії підприємства. Формальні методи розробки стратегії підприємства – ланцюжок цінностей; модель накопиченого досвіду; модель життєвого циклу продукту, попиту, технології; матриця «продукт-ринок» І. Ансоффа; матриця Д. Абеля; модель М. Портера (матриця конкурентної переваги). Матричні методи у формуванні корпоративної стратегії підприємства – матриця БКГ, матриця МакКінсі, матриця Шелл, матриця ADL. Методи комплексного стратегічного аналізу.

Змістовний модуль 4. Стратегічні альтернативи підприємства, методики їх формування, оцінки та відбору.

Тема 11. Альтернативність у стратегічному виборі.

Сутність стратегічних альтернатив діяльності підприємства. Базові стратегічні альтернативи; конкурентні стратегічні альтернативи; стратегічні альтернативи розвитку бізнесу підприємства. Формулювання і аналіз стратегічних альтернатив. Перегляд стратегічних альтернатив в межах обраної загальної стратегії і вибір конкретної стратегії розвитку підприємства. Вибір стратегії для малих та середніх фірм. Оцінювання і порівняння ефективності альтернативних варіантів стратегій підприємства.

Тема 12. Декомпонування корпоративної стратегії.

Поняття, зміст і потреба декомпонування стратегії підприємства. Підходи до декомпонування корпоративної стратегії підприємства - за функціональним підходом; за підходом виділення провідної ключової стратегії-підсистеми; за принципом виділення окремих бізнес-аспектів. Сучасні підходи та особливості декомпонування стратегії підприємства, поєднання підходів до декомпозиції корпоративної стратегії підприємства.

Тема 13. Загальна характеристика функціональної стратегії.

Функціональний рівень підприємства та його аспекти (підрозділи). Функціональна стратегія як рішення щодо вибору методів забезпечення стратегічних планів діяльності та розвитку підприємства на його

функціональному рівні; місце функціональних стратегій в стратегічному наборі. Місце функціональних стратегій в алгоритмі створення комплексної стратегії підприємницької організації, інтерпретованої як система бізнесів. Види стратегій забезпечення: функціональні та ресурсні стратегії. Рівні розробки функціональних стратегій. Види та зміст і типових функціональних стратегій: маркетингу; виробництва; НДДКР; технологічної; фінансів; інвестицій; кадрів; зовнішньо-економічної діяльності; соціальної; екологічної; організаційних перетворень; управління; запобігання банкрутству та інших.

Тема 14. Стратегічні аспекти у функціональних сферах діяльності підприємства.

Функціональні складові стратегії підприємства, їх проблематика та алгоритм формування. Проблематика стратегічних рішень за окремими аспектами функціонування: зміст та структура товарно-ринкової стратегії; зміст та структура ринково-ресурсної стратегії; зміст та структура виробничої стратегії; зміст та структура стратегії НДДКР; зміст та структура технологічної стратегії; зміст та структура фінансово-інвестиційної стратегії; зміст та структура стратегії ЗЕД; зміст та структура кадрової стратегії; зміст та структура стратегії організаційних змін підприємства; зміст та структура екологічної стратегії; зміст та структура стратегії управління.

Тема 15. Сучасний стан та перспективи розвитку стратегічного управління в Україні.

Сучасний стан стратегічного управління в Україні. Перспективи розвитку стратегічного управління в Україні. Врахування основних факторів галузі та ситуації при формуванні стратегій.

3. Рекомендована література

1. Ковтун, І.О. Стратегія підприємства [Текст] : підручник / І.О. Ковтун. – Львів : «Новий Світ-2000», 2007. – 680 с.
2. Ковтун, І.О. Стратегія підприємства : практикум [Текст] : навч. посіб. / І.О. Ковтун. – Львів : «Новий Світ-2000», 2009. – 308 с.
3. Березін, Л.Д. Стратегія підприємства [Текст] : навч. посіб. / Л.Д. Березін. – К. : Кондор, 2004. – 384 с.
4. Клівець, П.Г. Стратегія підприємства [Текст] : навч. посіб. / П.Г. Клівець. – К. : «Академвидав», 2007. – 320 с.
5. Ковалевська, А.В. Стратегія підприємства [Текст] : навч. посібник у тестах / А.В. Ковалевська, В.Б. Родченко, Ю.Ю. Леонт'єва. – Х. : ХНАМГ, 2013. – 282 с.
6. Головка, Т.В. Стратегічний аналіз [Текст] : навч. посіб. / Т.В. Головка. – К. : ЦНЛ, 2009. – 314 с.

4. Форма підсумкового контролю успішності навчання – іспит.

5. Засоби діагностики успішності навчання – комплекти тестових завдань для модульних робіт, індивідуальні завдання, теми та завдання для контрольної роботи.

Примітки:

1. Програма нормативної навчальної дисципліни визначає місце і значення навчальної дисципліни, її загальний зміст та вимоги до знань і вмінь. Програма нормативної навчальної дисципліни є складовою державного стандарту вищої освіти. Програма вибіркової навчальної дисципліни розробляється вищим навчальним закладом.

2. Програма навчальної дисципліни розробляється на основі освітньо-професійної програми.

3. Форма призначена для складання робочої програми навчальної дисципліни.

4. Формат бланка А4 (210×297 мм.).

Навчальне видання

Програма нормативної навчальної дисципліни

«Стратегія підприємства»

підготовки бакалавр

галузь 0305 «Економіка та підприємництво»

напрямок підготовки 6.030504 «Економіка підприємства»

Розробник: **КОВАЛЕВСЬКА Алла Володимирівна**

За авторською редакцією

Комп'ютерне верстання: *Ю. Ю. Конюшенко*

План 2014, поз. 481 а

Підп. до друку 11.03.2014 р.

Друк на ризографі

Тираж 1 пр.

Формат 60х84/16

Ум. друк. арк. 0,4

Зам. № 9677

Видавець і виготовлювач:

Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Революції, 12, Харків, 61002

Електронна адреса: rectorat@kname.edu.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

ДК №4705 від 28.03.2014 р.